

研究論文

モダニティ基盤ツーリズム論の展開

—現代ツーリズム原論の一形態—

The Profile of the Modernity-based Theory of Tourism: A Framework of Basic Principles of Tourism Studies Today

大橋 昭一

Shoichi Ohashi

和歌山大学観光学部

キーワード：観光学原理、モダニティ、ロゴス、エロス

Key Words : Basic Principles of Tourism Studies, Modernity, Logos, Eros

Abstract :

A key agenda for tourism studies today is to build a theoretical framework functioning as its basic principles, consistent with other disciplines of social sciences. A prototype based on modernity appreciating Ning Wang's framework is presented in this paper, defining the present society as that of modern, not as a post-modern society.

I. 序—本稿の課題

現在のツーリズム論では、全般的にみれば、ポストモダニティ（もしくはポストモダン）の考えに立脚したものが多い。ツーリズムは、今日では、社会における流動性・モビリティの進展などにより量的に発展しているばかりか、バックパッカーなどの形による質的多様化も進み、余暇と仕事との区別・境界が消滅する傾向にあって（Ω 1,10-11 頁; Ω 4,9 頁）、ポストモダニティに照応した状況が多く現出しているからである。

そのなかにあつて、現代ツーリズムの基本は、依然として、モダニティを土台にしたところにあるという見解もある。マスツーリズムを中心にした現代ツーリズムは、歴史的にみれば、産業革命を契機とするものである（Ω 5）。それ故それは、真髄においては、産業革命に代表されるところの、かつ、産業革命以後の社会発展で根本的理念となってきたところの、モダニティの精神に立脚したもの、あるいは、その一環として発展してきたものであつて、現代ツーリズムの基礎となっている原理は、今日でもこうしたモダニティの思考にあることを否定できない、というのがそのエッセンスである。

こうした立場にたったツーリズム論で、しかもそれを体系的に展開した最近における代表的なものに、ワン（Wang, N.: 参照文献 W）の 2000 年の所論がある。ワンの所論は、方法的には社会学的立場にたつものであるが、結論を先にいえば、2 つの点で実に注目されるものである。第 1 に、今日、モダニティ

を基盤にしたツーリズム理論の主張者は、数多くないが、その代表的文献であることである。第 2 に、何よりも、現代ツーリズムの全体的理論をモダニティの根本的土台から一貫して体系的に展開し、「現代ツーリズム原論」というべきものの 1 つの理論型（prototype）を提示していることである。

現在、世界的にツーリズム研究に求められている課題は、ツーリズム理論を、他の学問（discipline）とは区別され、かつ、並び立った 1 つの独自の学問体系として形成するところにあるが、こうした観点からは、ワンの所論の理論的検討は、避けて通ることができないものである。本稿は、こうした視点にたつてワンの所説を考察し、そのうえにたつて、現代ツーリズムの基本原理、つまり現代ツーリズム原論を構築するための 1 つの試みを提示することを課題とするものである。

ちなみに、モダニティ（modernity）という言葉は、もともと 1983 年バーマン（Berman, M.）により提示されたものである（参照文献 B2, cited in C1, p. 31）。バーマンは、社会構造を 3 階層に分け、下部構造というべき、産業革命を契機とする機械主義的合理主義的生産様式を中心にした生産活動における近代化・現代化の動き（modernization）と、上部構造である文芸・芸術等でおきた文化面でのモダニズム運動（modernism）との間において、中間的構造を成すものがある。それは、近現代社会における人々の生活上の経験様式（mode of experience）であるとして、それをモダニティと名づけたのである。ただしワンの所論で、それがどのように規定されているかは、以下で記述している通

りである。なお、参考文献は末尾に一括して記載し、典拠箇所は文献記号により文中で示した。

II. ワンのツーリズム論の基本的・方法論的枠組み

1. ツーリズムの一般的规定

ワンによると、現代ツーリズムは現代社会のあり様に規定される。現代社会は、モダニティの社会としてとらえられるから、現代ツーリズムは、何よりも、モダニティのもとにおけるツーリズムとして論究されるべきものであるが、そのまえに、そもそもツーリズムとはどのような事象をいうものかを一般的に論じている（この点についての他の論者の見解はΩ1、第1章を見られたい）。

ワンによると、ツーリズムは、要するに、「隔たりをなくすこと」（distancing action）である（W,p.vii）。例えば、時間的隔たり（distance in time）をなくすこと（歴史的遺産の見学等）、空間的隔たり（space）をなくすこと（他の場所にあるものの見学等）、文化的もしくは生活様式（culture or ways of life）の隔たりをなくすこと（民俗的に異なるものの見学等）などをいう。

このことは、とりも直さず、ツーリストが、定住地などの場所から時間的もしくは空間的または文化的に隔たりのある所へ行くことである。それは現実から隔たること（distancing）であり、何らかの意味で現実から遠ざかることである。ちなみに、この考えは、通常のツーリズム論で「逃避」といわれるものに通じる。またこの点について、トライブ（Tribe,J.）は、マルクスが宗教は一般大衆にとって阿片のようなものだといった意味でいえば、ツーリズムにもそれに似たような役割があると論じている（T,p.457）。

現在において人々がツーリストとして現実から逃避しようとするのは、ワンによると、人々の定住場所における日常生活がモダニティのなかにあり、そこではロゴス性（logos）、すなわち合理性、合理主義が支配力をもち、人間性の今1つの根本的属性であるエロス性（eros）を抑圧しているからである。ロゴス性から逃れ、エロス性に回帰すること、ロゴス性とエロス性との統合をはかるものの1つがツーリズムである、と規定される。では、モダニティとは何か。ロゴス性、エロス性とは何か。

2. モダニティの規定

ワンのいうモダニティは、時期的には、ルネサンス時代に始まるものであるが、典型的には17～18世紀に確立した社会体制全般をいうものである（W,p.15）。それは、資本主義という規定とはどのような関連にあるものか。

ワンによれば、モダニティは1つの社会の全体的あり方をいうもので、資本主義よりも広い概念である。モダニティは1つの社会体制として、そのなかに制度的秩序、知的秩序、時間的秩序、社会・空間的秩序を含むものであり、かつ、これらを統合する根本理念が合理主義にあるところの社会、と規定される。

この場合、これらの秩序にはそれぞれいくつかのものがあリ、その時々状況に応じていずれかが（複数の場合もある）優勢的・支配的なものとなり、その時期の特色を形成する。例えば、制度的秩序には資本主義、産業主義（industrialism）、国民国家による行政体制（surveillance）、権力の独占体制（monopoly of violence）がある。知的秩序には、科学とテクノロジー（technology: 工学等）、（古代・中世的な）魔法から脱却した考え方や諸方法（dechantment）がある。時間的秩序には、何事もスケジュールを優先・重視するスケジュール化、同時並行的な進行・同期化、ルーチン化、テンポ・リズムの加速化などがある。社会・空間的秩序には都市化、グローバル化、空間の抽象化・非実質化傾向（abstractization of space）などがある（W,p.15）。

従って、モダニティは、制度的秩序でいえば、資本主義的である場合や国民国家による行政体制的な場合などがあり、実質的に資本主義と同義のような場合もある。モダニティは、このように時代的には広い時期をカバーするものと規定されるから、その間において概ね3つの時期区分があるものとされる。「初期（early）モダニティ」、「本来のモダニティ」、「後期（later）モダニティ」である。そして後期モダニティが、一般にポストモダニティ（ポストモダン）といわれるものに相当する。

一般にポストモダニティとよばれるものが、基本的には依然としてモダニティの一部であり、モダニティと区別される必要がないことは、ワンによれば、ポストモダニティでも根本原理が合理主義にあって、モダニティ社会であることが否定されるものではないからである。ただし、ワンの論述でもこの後期モダニティの時期がポストモダニティと表記されている所があるが、それはあくまでも便宜的なもの、あるいは「ポストモダニティ論者」の主張を紹介するためであって、これらの「ポストモダニティ論」に組するものではないと明記し、断っている（W,p.16）。

以上の規定のうえにたつてワンは、モダニティのもとにおけるツーリズムの特質について何よりも理論的な検討を試みるようにするが、その拠って立つ根本的学問方法論は、ポパー（Popper,K.R.）が提唱した批判的合理主義にあるとしている（W,p.22）。ちなみに、ツーリズム論でポパーの批判的合理主義に言及しているものは、多くない。

3. 根本的方法論

ポパーの批判的合理主義は、一口でいえば、演繹法に立脚して根本的仮説をたて、人間の持つ知識や知見はすべて、根本的仮説から演繹されているもので、反証可能性（falsification）をもつものであることをいうものである。実証主義の基礎となっている帰納法では究極の真理に到達しえないことは、早くから指摘されてきたが、こうした認識のうえにポパーは、人間の知識は、完全に実証されたいわば絶対的な真理というようなものではなく、あくまでも反証されていないだけのものであり、いつでも反証されて実践不可能性を証するかわからない

ものである、というのである。

ちなみに、現在では、特段の方法論的根拠もなしに、実証主義的あるいは実態調査的な結果を万能視する考え方が強い。それもごく狭い範囲のデータによる帰納論的結論をもって「実証された真理」と考える謬見が実に多い。ツーリズム研究でも大いに心すべきことであるように思われる。

ワンのモダニティ基盤ツーリズム論は、以上のような根本的な考え方にたつものであるが、その前提をなすモダニティについて、ワンは、それをロゴスとエロスの二重性 (dichotomy, ambivalence) のもとにあるものととらえている。モダニティあるいは資本主義について、何らかの二重性あるいは矛盾の観点からこれを解明することは珍しいことではない。例えば 2012 年の編著の巻頭論文 (foreword) でマクラーレン (McLaren, P.) / ジャラミロ (Jaramillo, N.E.) は、ツーリズムの研究・教育では、二重性把握のうえにたった弁証法的思考 (dialectical thinking) が必要であると力説している (M3, p. xxix; 同様な主張は M2, p. 43 にもある)。

4. ロゴス・モダニティとエロス・モダニティ

ロゴスは、ごく一般的にいうと、「理法」「理性」が宇宙を貫徹することを象徴的に意味する言葉である。これは、歴史的にみれば、ギリシャ時代の哲学に始まり、中世の啓蒙主義の土台となったもので、合理主義を根本原理とする近現代の基本原則となってきたものである。その意味では、モダニティは本来、ロゴス・モダニティたるものである。そのエッセンスは、生産活動はじめ人間の活動は合理主義的になされるべきもの、あるいは物事は必然的に合理的に進むものと主張するところにあるが、それを立論の根本的基礎としてきたものには、ワンによれば、マルクス、ウェーバー、デュルケームなどがあり、仕事の場における典型例としてはテイラー主義等がある。人間社会は、このようなロゴス・モダニティの進展により豊かになり、発展してきた側面がある。

しかし他方、それが人間理性の独善的強制となり、人間そのものの、端的には感性的存在としての人間や、人間以外の生物あるいは環境に対し否定的な影響を与えてきた側面があったことも否定できない。人間の合理主義的行為が、人間の非人間化 (dehumanizing) を惹き起こし、合理性が全体的にみると非合理的なもの (irrationality) に終わっているという批判は、マルクスはじめこれまで多くなされてきた。これは、人間にはロゴスの側面とともにエロスの側面があり、人間生活はこうした二重性の統一体たるためである (W, p. 27)。

エロスは、一般的には「官能的な愛」を意味する言葉で、近代では特にフロイトにより「生の本能」を示す用語として提起され、知られるものとなったが、ここでは、人間の本能的感性から生まれる側面をいう。従ってそれは、理性・合理主義とは異なるところの、生物的本能に基づく衝動的ないしは無意識的な行為や、快楽・遊び・リラックスの追求の行為などというものである。モダニティにはこうしたエロス・モダニティの側

面が存在してきた。理性原則であるロゴス・モダニティには、本能的感性的原則であるエロス・モダニティを抑圧する側面があり、エロス・モダニティにはそれに反発する側面がある。

この場合、エロス (モダニティ) は、ワンによると、大別して 2 者に分かれる。1 つは文芸などに象徴される「詩的なエロス」(poetic) で、例えば本能的な快楽追求を文芸的作品等に昇華させるものである。今 1 つは本能的快楽追求をそのまま発露させようとする「カーニバル的エロス」(carnavalesque) である (W, p. 35)。モダニティの維持・発展という点でいえば、前者の詩的なエロスは、ロゴス・モダニティとエロス・モダニティとの共存を図ろうとするものであるのに対し、後者のカーニバル的エロスは、本能的快楽の直截的な充足を求めるものである。ロゴス・モダニティとの共存を求める傾向は少なく、ロゴス・モダニティと直接対決しようとする。

以上のようなロゴス・モダニティとエロス・モダニティの理論に類似したものに、近年では例えば、ロジェク (Rojek, C.) の説がある (参考文献 R; 詳しくは Ω 4)。ロジェクは、モダニティには仕事・人間の秩序化・統制をはかる側面と、個別化・非秩序化を惹き起こす側面との 2 側面があり、そのいずれが強く現れるかによってモダニティの様相は変わるとしている。しかしロジェクでは、モダニティの後にポストモダニティの時代が来ることが前提となっており、モダニティをポストモダニティとの関連で把握している点が、ポストモダニティを否定するワンとの決定的な違いである。

ワンによると、モダニティの現実では、結局、何らかの形でロゴス・モダニティとエロス・モダニティとの調整・統合が行われ、社会の維持がはかられる。例えば、ロゴス論理のもとにある製品の売出しの宣伝などで美的要素や快楽志向的要素が多用されるのは、人々におけるエロス心に訴え、エロス・モダニティとの融合を図ろうとする行為である。他方、人々のエロスの需要を直接充たすために、エロスのものの商品化やエロスのものへのアクセス手段の整備、すなわちロゴス的行為が行われる。ワンは「ロゴス・モダニティとエロス・モダニティとの間に緊張は確かにあるが、ロゴスとエロスは平和的に融合して存在しているように見える」と書いている (W, p. 39)。

こうしたロゴスとエロスとの共存を今日制度的に可能にしている有力な手段が、ツーリズムである (W, p. 41)。ツーリズムは、本来、エロス・モダニティの産物であり、エロス・モダニティの論理のもとにある。しかし、それを顧客とするツーリズム産業はロゴス・モダニティの論理のもとにあり、その多くは営利原則のもとに合理主義を旨とするものである。エロス・モダニティのもとにあるツーリストが、ロゴス・モダニティの論理のもとにあるツーリズム産業により組織された形のものになっている。これが、ツーリズムの今日の姿であり、ツーリズムにおけるモダニティの二重性の発現形態である。

その際、ワンは特に言及していないが、エロス・モダニティには詩的エロスとカーニバル的エロスとがあるから、ツーリズ

ムにもこれに照応して、詩的なエロスに立脚したツーリズムと、カーニバル的エロスに立脚したツーリズムとがありうることになる。前者は、エウダイモニア主義に代表されるもので、ツーリズムを精神的教養的に楽しむことの多い個人ツーリストなどであり、後者はヘドニズム的欲求の充足に傾くことの多い団体旅行などがこれに相当する。西欧の一般的ツーリズム論でいえば、前者は中産階層的ツーリスト、後者は現在マスツーリズムの主流といえるパナル・マスツーリストをさすものといえる（パナル・マスツーリズムについては参考文献Ω5）。

ワンに戻って、次に、かれが現代ツーリズムの具体的基本的特徴をどこに求めているかを考察する。この点でも2つの方向・二重性があるものとされている。二重性はワンの理論の根本的指導原理である。ここでは、モダニティの進展がツーリズムを押し出す（push）側面と、ツーリズムの諸要素をモダニティの側に引き付ける（pull）側面である。

前者は、基本的には、ツーリズムの供給側に焦点をおくものであり、後者は需要側に焦点をおくものであるが（W,p.6）、現実のツーリズムは、この両側面の一体的統合のなかで動いている。pushとpullは、通常のツーリズム論では、ツーリストの根源的なツーリズム動機の2大形態として説明されることが多いが（例えば参考文献D, 詳しくはΩ1, 96頁）、ワンでは、それより高いレベルで、現代ツーリズム自体のなかにある2大傾向として論じられる。

ワンの所論について、ここではまず、前者のプッシュ側面について考察するが、こうした問題としてワンは、次の4者を挙げている。①モダニティの制度的次元とツーリズムの本物・実物性（authenticity）、②モダニティのテクノロジー的次元と自然ツーリズム（nature tourism）、③モダニティの時間的（temporary）次元と休暇制度、④モダニティの空間的（spatial）次元と国際的ツーリズム。

III. モダニティのツーリズム・プッシュ的側面

1. モダニティの制度的次元とツーリズムの本物性

ここでの問題は、資本主義や産業主義といったモダニティの制度的秩序のなかで、ツーリズムはどのような地位を占めるものかということであるが、その際第一の論点になるものは、ワンによれば、ツーリズム目的物の本物・実物性である。しかもこの問題でワンは、これまでの議論とは観点が根本的に異なる命題を提起している。それ故ここでの問題は、何よりも本物・実物性に焦点をおいたものとなる（W,p.46ff.）。

ツーリズムにおける本物・実物性の問題は、端的には、1973年マキアーネル（MacCannell,D.; 参考文献M1; 詳しくはΩ1, 172頁以下）が、ツーリストはツーリズム目的物について本物・実物を求めて旅行するが、ツーリストが実際に観るものは、所詮「演出されたもの」（staged authenticity）であるにすぎないことを主張し、一躍ツーリズム論における中心的テーマの1つになったも

のである。2007年チャムバース（Chambers,D.）は、現代ツーリズム研究には5つの切口になるパラダイム（cutting edge paradigm）があるとして、その第1にこの「本物・実物性」の問題を挙げている（参考文献C2; 詳しくは参考文献Ω1, 239頁）。

この点におけるワンの主張は、要するに、ツーリズムにおけるツーリストの本物・実物性は、ツーリストが自己のツーリズム行為を本物・実物と認識するかどうかにあるとするもので、ワンはそれを「実存的本物・実物論」（existential authenticity）と名づけている。これに対し、現在一般にツーリズム論で本物・実物論といわれるものには、次の3者がある。

第1は、客体的な（objective）本物・実物論である。これはマキアーネルの所論に典型的にみられるもので、例えばツーリズム資源となっているものが、オリジナルな本物・実物であって、模倣品やコピーではないことをいうものである。これは博物館的な本物・実物論（museum linked usage of authenticity）ともいわれるが、ワンは、本物・実物性がこのような意味で論じられる場合には、ツーリストの観るもの自体が本物・実物であるかという問題と、それをツーリストがどのように知覚するかという問題とが混同されているという。

この問題は、その後コーエン（Cohen,E.）によりこの方向で問題が整理されているが（Ω1, 71頁）、ワンは、ツーリズム目的物が客体的に本物・実物であるかどうかは、ツーリスト自体には二次的な問題であって、そのものを観ることによって、ツーリストがそのツーリズム行為を意味あるものとして感じる心が肝心な問題であるというのである。

第2は、構成的な（constructive）本物・実物論である。これは、ツーリズム目的物が、例えば観る人の思想、信仰、信念や何らかの社会的強制力などによって本物・実物と思込まれるような場合である。従ってこれは、イデオロギー的背景があり、シンボリックな意味が強いもの（symbolic authenticity）である。ただし、ここでいう構成主義（constructionism）は、建築や芸術等という構造主義（constructivism）とは趣旨が異なり、あくまでも社会（学）的な、つまり人間相互間で作り上げられた信仰など思想や観念において問題となるものである。それ故この考え方にたつと、何が価値あるものかは、人により異なり、かつ、同一人においても対象が同一のままで変化することがあるもの（相対的）となる。

第3は、ポストモダン論に立脚した本物・実物論である。ポストモダン論は種々多様であり、アーリ（Urry,J.）らのように単に“postmodern”とよぶ者も多いが（U,p.55）、ワンは、これをpostmodernismとよび（アーリらの書でも索引はpostmodernism）、本物・実物論では、「本物・実物からの脱構成化論」（deconstruction; この点についてはA,p.89ff.が詳しい）の主張が特徴的メルクマールであるとする。ポストモダン論は、一般的には、これまであった区別・境界の消滅（abolition of difference（C1,p.25）；ただしアーリらではde-differentiation（U,p.98））が根本的テーゼであるから、原理的にいうと、そもそも本物・実物と模倣品・コピー

との区別・境界は消滅しつつあるものと考えられる。故にポストモダン論では、旧来のような意味での「本物・実物性論」は意義をもたないことになる。脱構成化は本物・実物と模倣品・コピーとの区別からの脱却であり、本物・実物性論自体からの脱却である。

それ故、ポストモダン論で問題となるのは、模倣品・コピーが本物・実物をいかに精緻に模倣しコピーしているかではなくて、模倣品・コピーそれ自体の美しさ・魅力である。これをワンは「人為的な (contrived) 模倣品・コピーの正当化 (justification) であり、……この時代の支配的形態は模造品 (counterfeit) である」といっている (W,p.55)。

こうしたポストモダン論的本物・実物の典型例は、なんといってもディズニーランドである。論者のなかには、理論史的に言えば、マルクスが提起した商品の物神性 (fetishism of merchandise) の理論は、ポストモダン論的本物・実物論の、模造品の出来栄の良さ・美しさがすべてというテーゼを予言したものというものもある (cf.A,p.88)。資本主義的生産体制の行き着くところは、商品は、ツーリズム商品を含めて、結局、こうした見栄えの良さ・美しさに求められるものとなる、とポストモダン論はいつているものと考えられる。

以上の3種の、通例的な本物・実物論に対し、ワンはそれらにはツーリストのとらえ方において誤りがあるという批判から出発し、次のように主張を展開する。すなわち、そもそもツーリストたちは、ツーリズム目的物の本物・実物性が問題となる歴史的遺産等の観賞を目的とする者ばかりではない。親戚や友人への訪問を目的とする者もいるし、レジャー目的で旅行するとしてもテーマパークのような人工的観光資源を訪れる者もいるし、海岸で日光浴を楽しむことを目的としている者もいる、等々である。

こうした者は、歴史的遺産等を観ることを目的とした者ではないから、そうした意味でツーリズム目的物が本物・実物であるかどうかは、問題外のことである。それ故、そもそもツーリズム目的物の本物・実物性は、ツーリズム論の主たる論題となる事柄ではない。それよりも、どのようなツーリズム目的をもってなされるものであっても、ツーリストが行うツーリズム自体が当該ツーリストにとって意味あるものであるかどうか、つまり、本物・実物のツーリズムになっているかどうかの問題である。

このことは、換言すれば、本物・実物かどうかの対象・所在を、ツーリズムの客体であるツーリズム対象物に求めるのではなく、ツーリズムの主体であるツーリスト自体に求め、ツーリストの経験するものが人間としてのツーリストの実存性に寄与するものかどうかを問おうとするものに転換させることを意味する。それはツーリズムにおける本物・実物論のコペルニクス的転回である。

ツーリズムにおける実存的本物・実物性は、ワンによれば、ツーリストがツーリズムにおいて「本物・実物である自己自身」 (authentic self) を実現することと定義されるものであるが、これはロゴスの論理とエロスの論理との、従って理性的な自己抑制

と自己欲望実現とのバランスをはかるところにおいて実現する。現代のモダニティでは、ツーリズムは、それを可能にする有力な方法である。

モダニティの制度的次元では、モダニティがこうしたツーリストの本物・実物性を実現するような制度的なものとなっているかが課題であるというのが、ワンの主張である。以上のワンの本物・実物性については橋本教授の批判的論述がある (参照文献 H)。

2. モダニティのテクノロジー的次元と自然ツーリズム

モダニティでもロゴスの論理を象徴し代表するものはテクノロジーである。テクノロジーは、広くとると、モダニティの以前からあったものであるが、今日的な意味やレベルでのテクノロジーは、原理的には、産業革命で生まれたものである。ワンは、「モダニティは、ある意味では産業革命に始まったものであり、それにより自然は、科学およびテクノロジーの諸方法によって支配され征服されたものになった」と位置づけている (W,p.75)。

テクノロジー進歩がツーリズム進展をプッシュしてきた点についてのワンの主張は、次のところにある (W,p.72)。すなわち、旧来のツーリズム論では、テクノロジーの進歩によって、一方における交通手段の進歩などと、他方における勤労者の所得向上や余暇時間増加によって、ツーリズムが発展してきたという、テクノロジー進歩のプラス面のみが強調されてきた。これに対して自然破壊や人間生活のロゴス化による空疎化などのマイナス面が軽視ないし無視されてきたが、後者のマイナス面を緩和するものとして自然ツーリズム (的なもの) があった。少なくとも、そうしたことが唱えられてきたところにある。

つまり、テクノロジー進歩による効果にも二重性がある、マイナス面の緩和のために、自然ツーリズムといったものが盛んになってきたというのであるが、ただしワンは、テクノロジー進歩のプラス面とマイナス面とがツーリズム進展に及ぼしてきた影響は、文化を通じてであったことを力説し、この点の解明が旧来では不十分であったと指摘している。

例えば、産業革命による交通手段等の進歩によってツーリズム発展がもたらされたのも、直接的には、トマス・クックらによる組織的ツーリズムの発展によるところが大であり、マネジメント文化が大きな力になっている。これによりツーリズムに対する人々の考え方や好み、すなわち人々のツーリズム文化が変わったことが大きな要因になっている。仮に旅行・ツーリズムは、経済的には人々の所得が向上し、生活維持に必要以上の余剰があることが必須の条件であるとしても、その余剰が必ずツーリズムに使用されるとは限らない。それがツーリズムに使用されるかどうかは、文化の問題であるというのである。

もとよりこの場合でも、ツーリズム志向は二重性をもつものである。一方ではロゴス論理の進展によりこれまででは行けなかった所に行けるようになったことや、これまでではできなかったことができるようになったことであるが、他方、エロス論理の進展によ

り日常生活の精神的肉体的制約化の深まりからの脱却志向が強くなってきたことである。

これは、通常のツーリズム論でもツーリズムの2大動機として挙げられることの多い(参照文献 P1)「何か新しいことを観たり知ったり行ってみたい」欲求と、「現実からの逃避志向」欲求とに照応するものであるが、ワンは、前者を「物質主義的もしくはヘドニズム的な」欲求、後者を「理想主義的もしくはロマン主義的なもの」とよんで、ツーリズム志向の二重性とし(W,p.74)、こうした二重的志向を代表するものが自然ツーリズムであるとする。

ところで自然は、近世以前では、一般的には、人間の力の及ばない恐ろしいもの、怖いものと考えられてきた。森などは悪魔の住む所で、近づくべき所ではないとされてきた。こうした自然観が改まり、自然は人間の憩いの場あるいは楽しみ場の場として考えられるようになったのは、全般的に言えば、ロマン主義思想の台頭によってであったが、その時期は、西欧でも概ね 18 世紀後半で、産業革命を契機とするロゴス・モダニティの一段の進展のころであった(W,p.81)。ルソーが「自然に帰れ」とよびかけたのは 1762 年であったが、それが広く受け容れられたのは、その後のことである。ロゴス・モダニティの進展が、エロス・モダニティの主要な場である自然ツーリズムの門を開いたのである。

都市などが、ロゴス・モダニティの象徴である産業革命により、機械文明に支配されたものとなりつつあるが故に、そうしたことのない地方への脱却を求めた。そこには自然が豊かにあった。従ってそれは、自然ツーリズムの提唱者になった。ワンは、「テクノロジーの進展、それに依存した都会の出現、工業・産業的環境変化と関連付けることなしに、地方 (country side) や自然を求める思想は、考えることができない」(W,p.88)と述べているが、同様な観点は、すでに 1955 年ドイツの著名な論者、クリスタラー (Christaller, W.) によって提起されている (参照文献 C3、詳しくは Ω 1,61 頁、Ω 2,153 頁)。

モダニティのテクノロジー的次元と自然ツーリズムに関連するワンの所説は、大要以上であるが、その主張は、ロゴス性の進展による自然的なものへの逃避に重点があって、自然への逃避がエロス性の復権である点での主張はやや弱いように思われる。

3. モダニティの時間的次元と休暇制度

ここでモダニティの時間的次元とは、モダニティでは社会の運営がすべて「時間」を単位・基準にして行われ、人々の生活も「時間刻み」に進む体制になっていることをいう (以下は W,p.91ff.)。例えば、職場における労働の仕方は、合理的規則的に分業化されたものの時間厳守の実行というものとなり、職場はその構造化されたものとなる (cf.K,p.5)。

このように労働者は、時間に拘束され時間的に管理されたものとなるが、それは人間の本能的感性的存在、つまりエロス・

モダニティの論理に照応しないところがあり、労働者においては、ロゴス・モダニティで進行する働く時間体制から、一時的にしろ、解放を求める声が起きてくる。時間短縮や有給休業日を設けるべしという要求である。

労働時間短縮分や有給休暇は、労働者が時間を自らコントロールできるものであり、「時間そのものの消費」(consumption of time itself) である (W,p.115)。有給休暇は今日では広く社会的にも認められ、定着したものとなっている。憲法でそれを保障している国は、2000 年当時 65 か国あり、それ以外の法令で規定している国も多い (W,p.110)。

モダニティは、こうした人々の働く体制という点でいえば、ロゴス論理に基づく時間管理と、エロス論理に基づく休憩を含めた休暇制度との二重的存在である。そしてこうした人々が休暇で求めるものは何か。それには、大別して「変化」(change) すなわち「現実からの逃避」と、「何か新規なものを求めること」(novelty) とがある。後者は、「何かを観ようとするもの」で、英語的には sightseeing というべきものであり、空間の変化に関連するものであるので、次項で「空間」との関連で取り上げる。ここでは長期休暇客 (vacationer) が対象であり、その動機は、基本的には「生活の変化」にあるものと思われる。

以上が「モダニティの時間的次元と休暇制度」の領域でワンが究明しようとする問題意識であるが、中心問題である人々の労働の仕方をみると、それは、作業方式がどのようなものかによって変わる。作業方式は、一般的には概ね 1970 年代中頃から、フォード主義的な単一製品の大量生産方式から、ポストフォード主義的な多品種少量生産方式に変わったといわれるが、ワンはそれに対し、実際には旧来のフォード主義方式がなくなったのではなく、少なくともポストフォード主義方式と併存していることを強調する。

特にツーリズム産業では、フォード主義が残っている。その端的な例は、一般民衆対象のパッケージ・マスツーリズムで、そこでは「ツーリズム商品の標準化・均質・固定化が特徴的で、規模の経済を実現することが目標になっている」というのである (W,p.92)。

ワンも、ツーリズム産業では 1980 年代以降顧客であるツーリストの多様化が進み、セグメント化が行われ、それに照応してオルターナティブ (alternative) なツーリズム形態が進展していることを充分認めているが、少なくとも (かれの書の刊行の) 2000 年当時では、マスツーリズムのフォード主義的パターンはなくなったとはいえないとしている (W,p.92)。従って、フォード主義的なマスツーリズムの顧客である労働者ツーリストたちは、仕事の場ではポストフォード主義的環境にある場合でも、ツーリズムの場面ではフォード主義的な大量生産方式の、しかも客体として存在することがありうるものとなる。

モダニティにおける労働時間および余暇時間を通じて最も問題となることは、それが、時間を基準にして規定され、組み込まれるべきものとなることである。これは要するに、モダニティ

のもとでは、時間も商品化しているためである。ワンは、モダニティにおける時間の特質として、「時間は金（かね）なり」と「時間は限りある資源なり」以外に、第3のテーゼとして「時間は商品なり」を挙げ、「時間の商品化は現代資本主義を特徴づける基本的な事柄である」としている（W.p.97）。

従って、有給休暇制は労働時間の直接的減少をもたらすものであるから、実に大きな問題である。これは、もちろん、労働者側からの要求・闘争により生まれたものであった。ちなみにこの間の事情について、ベレクツ（Böröcz, J.）は、「19世紀中葉から20世紀初頭にかけて労働者階級の闘争目標は、明確に、労働時間の短縮と規制におかれていた。それは別言すれば、余暇時間の拡大のための闘争であったが、この闘争の結果は、余暇時間の標準化、正準化（normalization）および商業化（commercialization）であった」と書いている（B4.p.28）。もっともベレクツは、現代ツーリズムが資本主義の所産であり、それは「トラベル資本主義」（travel-capitalism）とよんでいいものという見解にたつものであるが（B4.p.23ff.）、それにしても、ここには、余暇時間の費消が資本主義的に商業資本に包摂されたものとなることがはっきり述べられている。ここでいわれている余暇時間の商業化の1つの方法がツーリズムに出ること、周知のように、トマス・クックらの活躍の場であった。

有給休暇は、労働者が自らコントロールできる「時間の消費」であるが、ツーリズム産業のもとで組織的ツーリズムとしてなされる場合には、ロゴス論理で動くビジネス（資本）の支配下におかれ、「自らのコントロール下で行う時間の消費」という本来の性格はかなり失われたものとなる。近年、パッケージツアーなどでもツーリスト個人個人の希望に対応するものであることが求められ、そうしたものが多くなっていて、ラッシュ（Lash, S.）／アーリ（Urry, J.）のように、これを「end of tourism」とよぶものもあるが（L.p.259; 詳しくはΩ 1,7,217頁）、ツーリズムでも「自らのコントロール下で行う時間の消費」をできる限り実現しようとするツーリストが増加していることを示している。

ちなみに、既述のように、労働（生産）過程でフォード主義方式が頂点に達したのは、概ね1950年代～1960年代で、それ以降はポストフォード主義的なものへの移行が始まっているが、いわゆる団体的規律行動重視型のパッケージ・マスツーリズムが最盛期であったのも概ね1950年代～1960年代で、「フォード主義的労働体制と旧来型マスツーリズムとの間には密接な関連がある」（W.p.102）。これらのことは、モダニティでは余暇時間でも、究極的には、ロゴス・モダニティの論理が優位なものになることを示している。

4. モダニティの空間的次元と国際的ツーリズム

ここでの問題は（W.p.117ff.）、人間生活には空間的広がりがあるということであるが、ツーリズムではさしあたりどこへ行くかという点が問題となる。この点からすると、ツーリズムのなかでも、サイトシーイングとしてのツーリズム、あるいはそれに類した

ツーリズムが対象になる。

それ故、ここでは、そうした日常とは異なる空間が、モダニティではどのように形成され、ツーリズムをブッシュするものとなるかが究明課題になる。まず、空間とは何か。このことについては、早くから哲学等で論究されてきたが、今日のモダニティ、そしてツーリズムの分析で前提になるのは、空間一般ではなく、社会的意味を持った空間（socialspatial nexus）である。それは、ワンによると（W.p.120）、次の4点で特徴づけられるものである。

第1は空間が、何らかの行動の根拠となる場合で、自己の土地を確保するための行動などにみられる。第2は空間が、時間との関連でとらえられたような場合である。時間的推移において空間の持つ意味が変化する場合で、時間・空間軸（time-space nexus）として問題となるものである。第3は空間が、利用方法と関連して問題となる場合で、空間（土地）が売買手段という場合や、物品等の製造や生活維持との関連で問題となるような場合である。第4は空間が、自己の支配地であるかどうかで問題となる場合である。

他方、ツーリズムの空間という場合、そこを訪れるツーリストの側からはどのように考えられるか。ここで対象となるツーリズムはサイトシーイングとしてのそれであるから、ツーリズム先には、ツーリストとしては何らかの意味において非日常的なもの、つまり「珍しいもの」（curiosity）のあることが必要である。それを求める範囲は、究極的には全世界であり、国際的ツーリズムである。最近ではさらに広く宇宙も視野のものになっている。

ただしこの場合、そうした珍しいものについて単に話しを聞いたり写真などで見て、それで終わりという場合と、実際にそのものを観たり体験するために当該場所まで出向く場合とに区別される必要がある。前者の単なる知覚的行為は、ツーリズム意欲を高めるものではあるが、ツーリズムそのものではない。ツーリズムはあくまでも「観たい・知りたいもの」のある所に行つて、実際に観たり体験することである。

また、「珍しいもの」には、ツーリズムとしてそこに行くことが種々な意味・程度で安全でない場合もある。ツーリストにとって「珍しいもの・非日常的なもの」とは「未知なもの」を意味し、恐怖や危険と一体の場合がある。そうした危険をなくすには、ツーリズム先の国・地域において何らかの形で安全を確保することが必要である。国際的ツーリズムではそれが全世界的になされる必要がある。

これをみると、ツーリズムも、少なくとも空間的広がりについては、ロゴス・モダニティの進展に待つところが大きいものとなる。というのは、恐れや不安を除去し、安全性を高める有力な方法は政治上や経済上の措置の進展であり、その1つが国家的統一の強化であって、国家的規模でのモダニティ（nationalized modernity）の発展であるからである。グローバル化、国際的ツーリズムの発展・展開も基本的にはそのうえにおいて可能である。

従ってワンによると、グローバル化は、一面では世界の同質化過程（homogenizing process）を進めるものであるが、それ

は同質化 (homogenization) と同義のものではない。少なくとも国を原基とするグローバル化はそうである。ワンは「グローバル化は、正確に言えば、同質化過程であるとともに、差異化 (differentiating) の進展過程でもある。特に文化に関しては、グローバル化は、文化的同質化よりも、(文化的差異化のうえにたった) 文化的な相互接触・交流・混交 (creolization) を進めるものである。…それはむしろ、文化的差異化を残し、活性化するのである。今日の世界は、同一化の方向にあるよりも、差異化・多様化・複数化の方向にある」と述べている (W,p.133-134)。

それ故この点でいえば、ツーリズムの国際化は、ナショナルイゼーション (国家的統一性) とグローバリゼーションとの二重性のバランス、国内的な「親密なもの」と国外の「親密でない、珍しいもの」とのバランス、「不安のないもの」と「不安のあるもの」とのバランス、「違いのないもの」と「違いのあるもの」とのバランスのもとに行われるものである (W,p.144)。

モダニティの進展と、「珍しいもの」すなわち「未知のもの」とは、一般的には、トレードオフの関係にあるが、しかし、種々な意味でそれまでアクセス不可能であった所も、モダニティの進展によりツーリズム可能になるものが多い。例えば高い山などでも登山道が整備され、ケーブルカーなど交通手段が設けられることにより、ツーリズムは拡大する。このような意味でもモダニティの進展は、ツーリズムの拡大をもたらし、プッシュする機能がある。モダニティにおけるロゴスの論理とエロスの論理とは統一体であるが、ここではこのように理解されることが必要である。

ツーリズムでは空間は実に主要な問題であるが、ワンの展開しているツーリズムに関連したモダニティの空間次元の論究では、空間の公共性、特に景観の公共性の問題が欠けているように思われる。ツーリズムでは、景観の問題は避けて通ることができないものであるが、私的所有制度のもとではその公共性は特に大きな問題である。現代社会における空間の公共性については、山田教授の鋭い分析がある (参照文献 Y)。ツーリズム論ではモダニティの空間論においてこうした分析観点が必須のものであろう。

IV. モダニティのツーリズム・ブル的側面

現代ツーリズムのこの側面は、ツーリズムに必要な諸手段や諸要素、例えば交通や宿泊、その基となる人々の所得や時間が、モダニティに引き寄せられることをいうものであるが、このことは、現代において人々が所得や時間をツーリズムに使用するのは何故かを問うことであり、人々のツーリズム動機・誘因にはどのようなものがあるかの問題である。一口に言えば、ツーリズムが人々を誘引する (seduction) 事象の解明である。こうした問題としてワンは、①イメージの誘引 (lure of image)、②言説 (discourse) の誘引、③消費 (consumption) の誘引、④サイン価値 (sign value) の誘引を挙げている (W,p.153ff.)。

1. イメージの誘引

ツーリズムでは、ツーリズム先のイメージが大きな誘引力になる (Ω 1,111 頁以下)。イメージは、まず、絵や写真等で見たときの印象ともいべきレベルのものと、その後心のなかに残るレベルのものに分かれるが、ツーリズム先のそれを含めたイメージには、ワンによれば、次の諸特徴がある (W,p.159)。

第1に、イメージはビビッドで具体的なものである。その人の感じているものが投影されたものであることが多いからである。第2に、イメージは社会的な影響がある場で形成されるものである。第3に、イメージは対象事物を余すところなく映し出したものではないという意味では、部分的で選択的なものである。第4に、その場合選択は人により異なるものであるから、結局、イメージも個人個人で異なるものとなる。第5に、イメージは、ステレオタイプの性質があり、急に変わることが少ない。第6に、イメージは具体的なものであるが、対象事物の全体をカバーしたものではないから、必ずしも一貫したものではなく、相反した要素が混在するものである。第7に、イメージは往々にして良悪の価値判断を含んだものである。第8に、イメージは図書、パンフレット、メディアの報道や人の話から作り上げられることが多いものである。

ツーリズムでは、ツーリストが持つ当該ツーリズム目的地イメージが重要ポイントとなるが、ツーリストの持つイメージは、あくまでもツーリストの立場からのもので、高度にツーリスト・エゴ的なものである。故に、政治に無関連的なものであり、歴史的背景に欠けるものである。ロマン主義的であるかもしれないが、多くの場合観光地を上からみる新植民地主義的性向 (neocolonialist) であることを免れないものである。

ちなみに、放送などメディアによる広告・宣伝では、通常、以下の4点ほどが指導原理となっており、ツーリズム地を中心にしたイメージは、こうした観点から作り上げられたものという度合いが強い (W,p.165)。第1は美的化 (beautification) である。第2は理想化という意味でのロマン主義化 (romanticization) である。第3は神秘化 (mystification) である。第4はフェミニゼーション化 (feminization) で、ソフト性を重視するものである。

それ故ワンは、ツーリズム地のイメージは歪んだもので、非現実的なものとなり、作り話的なもので、幻想的なものとなっていることが多いと結論づけているが、しかしツーリズム論としては、ツーリズム産業がそうしたことを行うことの是非よりも、ツーリストたちがこうしたことに簡単に従ってしまうものとなることを解明する方がはるかに重要であるとし、1964年ブーアスチン (Boorstin, D.) が、直接的には広告・宣伝についてであるが、「これは顧客の注意の無さからくるものではなくて、騙されることや誘惑されることに楽しみを感じることからくるものである」と書いていることを紹介している (B3, cited in W,p.166)。

2. 言説の誘引

ここでの問題は、人々の間の会話、例えばツーリズムについて

の会話や談話がコミュニケーション機能を發揮して、ツーリズムへの誘引になることである。言説とは、広くは、通常の会話、口コミ、印刷物、広告、報道等をいうが、狭くは、ツーリズムをどのような名目で、例えば自己啓発などに有用とか、日照時間の長い所に行って日光浴をするのは健康に良い、といった名目や（大義）名分（taste）、会話・談話のトピックなどをいう。

定義的にいえば、ここでいう言説は「全体として何かを伝える言明（statement）のシステム」をいうが（W,p.173）、信仰やイデオロギーが1つの教義の伝播であるのに対していえば、他の言明を排除しない形で、1つの考えを表明したり、意見を交換しながら結果として1つ（複数の場合もある）の見方・考え方を、時には不特定の人に伝える、社会的集団的な意思の交換・伝達の行為である。

従って、それが世論を形成し、社会的オピニオン・リーダーとなることがある。それで形成されたオピニオンがモットーやスローガンの形で表れたのが、上記の名目や名分である。それがさらに凝固した形になると、イデオロギー的なものとなる。ところで、これまでの西欧のツーリズムについてみると、こうした名目や名分にはいくつかのものがあつた。

中世以後のモダニティの時代でみると、17～18世紀のグランドツアーでは、形式的な名分となつたものは教育であつた。当時先進国と考えられたイタリアやフランスの諸都市を巡って研修を行うというのが名分であつた。次に現れたのが健康で、健康に有効な海水浴や日光浴のため海岸地帯に旅行するというものであつた。17世紀後半以後では都市人口の増加、機械文明の生成とともに、「自然に帰れ」というロマン主義運動が盛んになった。

ツーリズム論上における旅行・ツーリズムのこうした名分をめぐる最大の事件は、恐らく、19世紀後半を中心に展開されたトラベルとツーリズムの言葉の違いに象徴される、旅行の庶民（主として労働者階級）への拡大に関連する名分の問題であつた。

この問題については、一端を拙稿（Ω5）で論じているが、当時トマス・クックらが庶民対象のパッケージツアーを催行したことを契機として、そうした旅行者によるパッケージツアーは、旅行・トラベルの品位を貶すもので、推進されるべきものではないという批判があり、それに対しトマス・クックらが、旅・旅行の民主化になるものと反論を展開したことに象徴されるものであつた。

旧来からの旅行の擁護論者たちによると、トラベルとよばれるものは、旅行の計画・遂行・実行上の困難克服をトラベラー本人が行うものであり、そうしたことを本人ではなく、旅行者が代行し、その保護のもとで旅行がなされるようなものはトラベルとはいえない。それはツーリズムといわれるべきものであるという主張がなされ、結果、言葉のうえでも一般に、トラベルに変えてツーリズムが用いられるようになったのである。これは、旅行の内実の違いもさることながら、何よりも旅行者の階層的違いに焦点があつた。庶民対象のパッケージツアーの反対者

は、旅行・トラベルは自らの力でこれをなしうる富裕層あるいは中産階層に限定されるべきものと主張したのである。

ワンは、こうした「トラベル論」と「ツーリズム論」との違いは、モットー・名分の違いであるとして、前者を「高い名分」（high taste）、後者を「低い（low）名分」のものと位置づけたうえで、1980年代以降盛んになった、環境の持続的維持等を名分としたオルタナティブ・ツーリズムなどは、現代における「高い名分」のツーリズム形態であると位置づけている（W,p.181）。少なくともそれらは、一般大衆対象的なマスツーリズムとは、そもその趣旨が違うというのである。

3. 消費の誘引

ここでの問題は、商品としてのツーリズムを前提として、それがどのような性格や特徴をもって、ツーリストすなわちツーリズム消費者の誘因となっているかである。この際ツーリズムは、システム性に基づき旅行の準備過程、旅行過程、旅行後の総括的過程に大別されるが（この点について詳しくはΩ1,116頁以下）、このなかでツーリズム商品として本来対象となるのは、準備過程と旅行過程であるので、ここでの対象となるのもこの両過程である（総括的過程は次項で取り上げる）。この両過程では、ツーリズムという経験的商品の、物品的商品とは異なる文化的特性を明らかにすることが課題となる。ワンによると、この点では次の諸点が命題として提示されるものである。

第1に、ツーリズムが典型的には庶民対象的なマスツーリズムとして、トラベルとは別れて、商品としていわば自立したのは、モダニティのなかでも産業資本主義時代においてであり、その商品化は、何よりも「資本家的商品化」としてであつて、資本主義のツーリズム部門への延長と解されるべきものである（W,p.191）。

それ故、ツーリズムは商品として、他の商品と異なることがない普遍性を持つものである。すなわちそれは、モダニティの基本原則である合理主義のもと、資本家的商品として利潤追求原則のもとにおいて合理化、標準化、ルーチン化、数量化によるコスト削減法則という文化のもとにある。このように、ツーリズムの商品化では、ワンの論述は、資本主義のもとでの解明が前面にたつものとなっている。

第2に、ツーリズムという経験的商品の消費文化は、物品的商品の消費文化の延長であり、商品化が非物品的商品にまで及んだという意味では、これは「商品の脱物体化」（dematerialization）を意味するが、ツーリズムなどのサービス行為は「生産即消費」であるから（この点について詳しくはΩ2,6頁以下）、ツーリズム商品の消費は時間それ自体の消費である。消費（者）の圧力は、物品的商品では、商品を媒介するから生産者に直接伝わらないことがあるが、サービス商品では、生産者に直接伝わる。

第3に、今日のようなポスト工業化時代には、社会的重点は、生産ではなく、消費におかれるものとなる。特に音楽、スポー

ツ観戦、ツーリズムなどの経験的商品の消費が前面に出てくる。これらの多くは、本来は家庭外でなされるのが特色で、ツーリズムは、家庭外消費のなかでも、消費者が自己の意向を強く発揮できる消費活動である。

第4に、このことは、特段の観光資源のない所でも、例えばテーマパークなどを人工的に設けて、ツーリズム事業化 (touristification)、すなわち地域のツーリズム商品化を行いうることを意味する。ただし、国・地域のツーリズム事業化は不均等に進む。不均等発展の法則が妥当する。一般的にいうと、経済的に発展度の高い所は有利である。というのは、例えば交通手段などが整備されているし、高所得の人たちが近くに居ることが多いからである。しかし、発展途上国 (地域) でも、古いもののあることがツーリズム資源となり、それ相当の形でツーリズム事業化が可能である。

4. サイン価値の誘引

ここでの問題は、ツーリズム後の総括的過程において、例えば購入してきた土産品等が持つツーリズムへの誘引的意味を解明することである。ワンは、それをツーリズムのシンボリック消費過程 (symbolic consumption) の問題としてとらえ、端的にはサイン価値の問題として論じる。それは、例えばヴェブレンが1899年の著 (参照文献V) で展開した「見せびらかしの消費」 (conspicuous consumption) の理論を先例とするもので、ツーリズムを含めて物品の消費が、自己自身の直接的な必要の充足のためではなく、他人に対して優位性を見せびらかすために行われることの意義を問うものである (この点について詳しくはΩ4)。それはツーリズムに行ってきたことが見せびらかしの用具とされることであり、周囲の人に配られる土産品はそのシンボルであり、サインの価値の持つものと位置づけられる。

もともと物品には総じて、そうしたシンボリックサインの価値がある。他人に対する謝意や祝いの念を物品で表し、相手に贈ることは日常的になされていることで、そういう意味ではボードリヤール (Baudrillard, J.) のいうように (B1; cited in W, p.201)、物品には、当該人間の直接的欲求をみだす使用価値および交換価値以外に、「ステイタスを示すシンボリック価値」あるいは「デモンストレーション的なコミュニケーション価値」があると考えられる。

ツーリズムの場合、土産品がシンボリック価値を持つことは、とりも直さず、その元であるツーリズム自体にシンボリック価値があることを意味し、人は単に自己自身の欲求をみだすだけではなく、自己の名声やステイタスを考えてツーリズムの仕方を選ぶ。ツーリズム先の選定、使用する交通手段やホテル・旅館・ルームのランクなどの決定は、自己の名声やステイタスを考慮してなされる。ツーリズムはこのような意味では、ヴェブレンのいった「見せびらかしの消費」以外の何物でもない。ワンはいう。「ツーリズム消費は、どのようなものであれ、要するに自己表現 (selfexpression) とステイタス資本 (status capital) の向上を目

指す競争のなかで行われるものである」 (W, p.204)。

ツーリズムは社会的環境のなかで行われるものであるから、もともと、このような本質的特性を持つものである。それ故ツーリズムは、ツーリストにとって、単なる経験的商品と位置づけられるだけのものではなく、社会的コミュニケーション機能、ステイタス表現機能を持ったシンボリックな商品消費という意義をもつものである。従って、ツーリズムで用いられる交通手段や宿泊施設等では、これに照応して、ランクに上下があるものとなる。

V. 結—モダニティ基盤理論の意義と限界

以上の考察のうえにたつて、最後に、ワンの所論の意義について総括的に一言しておきたい。まず、現在の世界におけるツーリズム理論の状況を大観し、2010年アラムベリ (Aramberri, J.) は、ツーリズム研究には、目下、一般に認められた確立したパラダイムはないと指摘し、世界的に流行しているポストモダニティ論でも、多くがポストモダニティの概念規定すら不十分で、耳目を引く「急進的な」理論の提示たらんことに急で、それに照応した結果を伴っていないものが多いと論評している (A, pp.10-11)。

これは多分に、現在のポストモダニティ的と思われる現象が、本質的には、多くがモダニティの矛盾的構造のうえにあり、その矛盾の発展的展開形態であるにもかかわらず、このことを軽視もしくは無視しているためである。現在の状況は、これをポストモダニティと規定するにしても、ワンのいうように、それは合理主義を根本原理とする点では、本質的にはモダニティと変わるところがないと考えるべきなのである。

事実、ポストモダニティ的現象には、モダニティの部分的修正と考えられるべきものが多い。この意味で、現在のツーリズム論の根本的土台には、少なくとも、こうしたモダニティ基盤ツーリズム論が置かれるべきであり、ワンの書は、これを体系的に解明したもので、現代ツーリズムの理論的基礎を提示したものとして高く評価されるべきものである。

ちなみに、イギリス・ウェールズ大学のプリチャード (Pritchard, A.) は、2012年の論考で、ツーリズム関連の研究は近年大いに進展し、例えば「ツーリズム関連学術誌は1970年代10数誌のみであったが、2011年には約150誌を数えるにいたっている。……しかし、その多くの研究は狭い実態調査的なものに終始し、理論的研究は進んでない。……そのためツーリズム研究は、多くの社会科学研究分野でこれまで推進されてきた方法論的学問的考究においては全く隅の方の存在となっている」と述べている (P2, p.11)。ワンの著は、このツーリズム研究の遅れを取り戻す、1つの理論的内容をもつものである。

ところでワンは、近現代の社会について、資本主義を含んだモダニティとしてとらえているが、モダニティないしモダンのとらえ方は、既述のように実に多様である。ツーリズム論でみて

も、前記のアラムベリは「モダニティ（モダン）は、西欧でみると、ナポレオン戦争のころ、つまり19世紀への変わり目ころを中心に起きた産業革命と植民地拡大運動に始りのメルクマールがあるものであって、……それは、要するに、資本主義とよばれることができるものである」と述べている（A,p.4）。

今日の社会をモダニティ、特にポストモダニティと規定しようとする試みの意図は、これを十分に理解できる。特にツーリズム論では、「モダニティ論的分析」、さらには「ポストモダニティ論的分析」は決して排除されるべきものではないが、現代ツーリズム論としては、その基礎には「資本主義基盤的分析」がおかれるべきものとする。そうでなければ、今日社会の基本的動向を本質の根源において把握することができない。例えば、ツーリズムにも大きな影響を与えている今日の世界的大不況が、モダニティ（あるいはポストモダニティ）というよりは、資本主義というものに根源があることは、誰もがこれを認めざるをえないであろう。ツーリズム論分野でも、前記で引用した2012年の論考で、マクラーレン／ジャラミロは同趣旨のことを、すなわち、「今日の世界的経済危機は資本主義そのものに原因があるもの以外の何物でもない」と述べている（M3,p.xvii）。

本稿で取り上げたワンのツーリズム論は、本質的には、「資本主義基盤的ツーリズム論」の1つの提示形態として理解されるべきものであると思われるが、ツーリズム論のさらなる発展のためには、それを土台にし、ベレクツの所説（参考文献B4、B5）なども踏まえて、本格的な「資本主義基盤的ツーリズム論」が展開されることが望まれる。本稿は、その1つのきっかけになることを期待するものである。

【参考文献】

- A: Aramberri, J. (2010), *Modern Mass Tourism*, Bingley: Emerald.
- B1: Baudrillard, J. (1988), *Selected Writings*, ed. by M. Poster, Cambridge: Polity Press.
- B2: Berman, M. (1983), *All That is Solid Melts into Air*, London.
- B3: Boorstin, D. (1964), *The Image: A Guide to Pseudo-events in America*, New York: Harper & Row.
- B4: Böröcz, J. (1996), *Leisure Migration: A Sociological Study on Tourism*, Oxford: Elsevier.
- B5: Böröcz, J. and Smith, D.A. (1995), Introduction: Late Twentieth-Century Challenges for World-system Analysis, in: Smith, D.A. and Böröcz, J., (eds.), *A New World Order?* London: Greenwood Press, pp.1-15.
- C1: Callinicos, A. (1989), *Against Postmodernism: A Marxist Critique*, Cambridge: Polity Press.
- C2: Chambers, D. (2007), An Agenda for Cutting-edge Research in Tourism, in: Tribe, J. and Airy, D. (eds.), *Developments in Tourism Research*, Amsterdam: Elsevier.
- C3: Christaller, W. (1955), Beiträge zu einer Geographie des Fremdenverkehrs, *Erkunde*, Februar, Bd.9, SS.1-19.
- D: Dann, G.M.S. (1977), Anomie, Ego-enhancement and Tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol.4, pp.184-194.
- H: 橋本和也 (2011), 『観光経験の人類学』世界思想社
- K: Koshar, R. (2002), Seeing, Traveling, and Consuming: An Introduction, in: Koshar, R. (ed.), *Histories of Leisure*, Oxford: Berg, pp.1-24.
- L: Lash, S. and Urry, J. (1994), *Economies of Signs and Space*, London: Sage.
- M1: MacCannell, D. (1973), Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings, *American Journal of Sociology*, Vol.79, pp.589-603.
- M2: Mair, H. (2012), The Challenge of Critical Approaches to Rural Tourism Studies and Practice, in: Ateljevic, I., Morgan, N. and Pritchard, A. (eds.), *The Critical Turn in Tourism Studies*, London: Routledge, pp.42-54.
- M3: McLaren, P. and Jaramillo, N.E. (2012), Foreword: Dialectical Thinking and Critical Pedagogy: Towards a Critical Tourism Studies, in: Ateljevic, I., Morgan, N. and Pritchard, A. (eds.), *The Critical Turn in Tourism Studies*, London: Routledge, pp.xvii-xl.
- P1: Pearce, P.L. (2005), *Tourist Behaviour: Themes and Conceptual Schemes*, Clevedon: Channel View Publications, (reprint 2008).
- P2: Pritchard, A. (2012), Critical Tourism Research, in: Ateljevic, I., Morgan, N. and Pritchard, A. (eds.), *The Critical Turn in Tourism Studies*, London: Routledge, pp.11-12.
- R: Rojek, C. (1995), *Decentering Leisure: Rethinking Leisure Theory*, London: Sage, (reprint 1999).
- T: Tribe, J. (2011), *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*, 4th ed., Amsterdam: Elsevier.
- U: Urry, J. and Larsen, J. (2011), *The Tourist Gaze 3.0*, 3rd ed. London: Sage.
- V: Veblen, T. (1899), *The Theory of Leisure Class: An Economic Study in the Evolution of Institution*, New York. (小原敬士訳 (1951)『有閑階級の理論』岩波文庫)
- W: Wang, N. (2000), *Tourism and Modernity: A Sociological Analysis*, Amsterdam: Pergamon.
- Y: 山田良治 (2010)『私的空間と公共性—「資本論」から現代をみる』日本経済評論社
- Ω 1: 大橋昭一 (2010)『観光の思想と理論』文真堂
- Ω 2: 大橋昭一 / 渡辺朗 (2001)『サービスと観光の経営学』同文館
- Ω 3: 大橋昭一 (2011)「ツーリズム史に関する若干問題の考察—ツーリズム進展のとらえ方をめぐって—」『関西大学・商学論集』第55巻第6号 (2月)、41-60頁
- Ω 4: 大橋昭一 (2011)「現代レジャー理論の一考察—ポストモダニティ・レジャー理論を展望して—」『和歌山大学・観光学』第5号 (7月)、7-17頁
- Ω 5: 大橋昭一 (2011)「現代マスツーリズムの特性についての一考察—パナール・マスツーリズム論の展開—」『関西大学・商学論集』第56巻第2号 (9月)、69-93頁

受付日 2012年3月19日

受理日 2012年5月24日